

рая для фиксированного состояния природы Π и выбранной функции решения $d \in D$ играет роль платежа в игре статистика с природой.

Теория статистических игр может быть использована при решении проблемы уценки товаров. В настоящее время, когда мода и вкусы покупателей подвержены быстрым изменениям, вопрос о сезонном снижении цен становится все более актуальным. Сезонное снижение цен можно рассматривать как игру торгового предприятия с “природой”. В качестве статистика выступает торговое предприятие, а в качестве природы — реакция покупателей на изменение цены, т.е. имеет место эластичность спроса от цены. Информация об эластичности спроса может быть получена на основе результатов экспресс-опроса покупателей либо из ранее проведенных наблюдений и расчетов. Для сформулированной статистической игры оптимальным будет такое решение о размере сезонного снижения цен на рассматриваемый товар, которое максимально защищает торговое предприятие от высоких потерь.

Безусловно, решение проблемы об оптимальном снижении цен на сезонные товары не исчерпывает всех возможностей применения теории игр на практике, однако оно подтверждает ее достаточную универсальность для обоснованного принятия маркетинговых решений в современных условиях функционирования предприятий.

И.И. Асадчая
НИИ труда (Минск)

МОТИВАЦИЯ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ

В 2001—2002 гг. отделом социальных проблем труда НИИ труда было проведено исследование практики формирования кадровой политики на предприятиях Республики Беларусь. В выборку исследования было включено 94 крупнейших предприятия страны. Ниже излагаются основные результаты исследования. Данные экспертного опроса свидетельствуют, что на предприятиях республики доминирует

материальное стимулирование. Основной формой мотивации работников на предприятиях является увеличение заработной платы и премий отличившимся работникам (63,5 % в 2001 г., 77,1 % в 2002 г.). Более половины предприятий-участников опроса (60,0 %) применяют доплату за повышение квалификации и профмастерства, каждое пятое предприятие оплачивает целевое обучение персонала.

Моральная мотивация имеет второстепенное значение у субъектов управления. Так, лишь на половине предприятий, включенных в выборку исследования, применяется такая форма мотивации, как возможность повышать свою квалификацию, стажировки за границей, повышение в должности отличившихся работников.

Следует учитывать, что перспектива карьерного роста является одним из сильнейших мотивирующих факторов. В нашей республике на большинстве предприятий (56,7 %) отсутствует система служебного и профессионального роста. Эти вопросы решаются только в связи с возникновением вакансий.

Очевиден тот факт, что в современных финансово-экономических условиях заработная плата является лидирующим мотивационным фактором. Однако, как показывает практика, при общем росте заработков стимулирующая функция оплаты труда снизилась. Резко возрос удельный вес работников, полагающих, что оплата их труда несправедлива как по отношению к их трудовому вкладу, так и по отношению к оплате труда других работников.

Каждое третье предприятие республики сталкивается с проблемой нехватки квалифицированных рабочих, специалистов и руководителей, что непосредственно связано с низким уровнем оплаты и неэффективными методами стимулирования их труда. 48,6 % предприятий, попавших в выборку исследования, испытывают сложности с закреплением, а 18,6 % — и с привлечением на работу молодых специалистов, которые в связи с низкой зарплатой и по другим причинам не задерживаются на предприятиях. Эта проблема может быть решена за счет повышения заработной платы и усиления социальной защиты молодых специалистов на предприятиях. На 42,8 % предприятиях эксперты заявили об отсутствии мероприятий по адаптации и закреплению новых работников или уклонились от ответа.